

## **REALISASI APPRAISAL DALAM ASPEK ATTITUDE PADA MEDIA ONLINE INSTAGRAM**

**Adam Muhammad Nur<sup>1</sup>**

**Armando Satriani Hadi<sup>2</sup>**

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasikan serta memaparkan bentuk-bentuk *Attitude* sebagai salah satu aspek dari teori *Appraisal*. Landasan teoritis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi (1) Analisis Wacana, (2) *Appraisal Theory* dan (3) *Attitude*. Penelitian ini juga menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik analisis deskriptif. Objek penelitian yang digunakan oleh penulis adalah teks berbasis elektronik pada media sosial Instagram. Data penelitian berupa ujaran/ungkapan atau komentar yang dituliskan oleh para pengguna Instagram pada akun produk lipstick @kailijumei yang didalamnya terdapat bentuk-bentuk *Attitude* berdasarkan karakteristiknya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komentar-komentar yang disampaikan tersebut memiliki bentuk-bentuk *Attitude*, seperti *Affect*, *Judgement* dan *Appreciation*. Komentar-komentar yang disampaikan memiliki kecenderungan menggunakan bentuk *Affect* sebagai *Attitude* terhadap produk lipstick *Kailijumei*.

**Kata Kunci:** *Appraisal, Attitude, Instagram, Kailijumei*

### **1. Pendahuluan**

Perkembangan media massa dari waktu ke waktu tidak dapat dibendung. Dahulu, media massa masih dalam bentuk cetak atau biasa disebut sebagai media cetak. Media cetak muncul sebagai sarana untuk memberikan informasi atau berita kepada khalayak atau pembaca mengenai apa yang terjadi di tengah-tengah masyarakat. Dalam beberapa dekade ke belakang, media cetak ini memiliki peranan yang sangat penting dalam mengeksplorasi kejadian atau hal-hal serta isu yang melekat dengan masyarakat, mulai dari permasalahan politik, pendidikan dan ekonomi. Bahkan hingga saat ini media cetak hingga masih menjadi alat kontrol sosial masyarakat dan akan terus bertahan sesuai dengan fungsi dari media cetak itu sendiri.

Era digital serta berkembangnya sistem informasi dan teknologi menuntut media massa berbasis cetak ini untuk mampu mengkonversikan ke dalam bentuk

---

<sup>1</sup> Mahasiswa PPS Linguistik UPI Bandung

<sup>2</sup> Mahasiswa PPS Linguistik UPI Bandung

digital atau elektronik sehingga masyarakat dari berbagai penjuru daerah (sebagian besar berada di kota-kota besar dengan infrastruktur yang memadai) dengan mudah mampu mengakses informasi dan berita yang paling teraktual tanpa harus menunggu beberapa waktu untuk mendapatkannya. Di sisi lain, efisiensi dari pengalihan ini sangat berpengaruh terhadap berbagai macam hal, termasuk perubahan dalam konteks penggunaan. Lahirnya situs-situs *website*, media sosial serta aplikasi-aplikasi berbasis *chatting* dan sejenisnya adalah salah satu pengaruh perubahan dalam konteks penggunaan dari adanya pengalihan bentuk/kemasan media dalam menyampaikan informasi dan hal tersebut dapat menggeserkan fungsi yang tadinya media itu hanya sebagai sarana untuk memberikan informasi atau berita, menjadi sarana untuk bertukar pikiran, berinteraksi antarpengguna bahkan *marketing* suatu produk.

Media sosial seperti *Facebook*, *Path*, *Instagram* dan sejenisnya merupakan buah dari perkembangan media itu sendiri. Dengan lahirnya media-media seperti ini tentu memudahkan interaksi seseorang dengan orang lain dan tentu saja interaksi dua arah ini akan berlangsung tanpa ada batas ruang dan waktu. **Instagram** merupakan salah satu dari sekian banyak media sosial dimana penggunanya sangat aktif dalam berinteraksi. Fungsi dari media sosial ini pada dasarnya hanya memuaskan hasrat bagi para penggunanya yang memiliki hobi dalam memamerkan foto-foto yang mereka ambil atau hanya sekedar *exist*, sehingga pengguna *instagram* yang melihat foto-foto dari salah satu atau beberapa pengguna *instagram* lainnya akan memberikan tanggapan berupa komentar atau reaksi sejenisnya yang ditulis oleh para pengguna *instagram*. Dengan demikian, interaksi yang dibangun oleh masing-masing individu atau pengguna media sosial ini akan lebih variatif.

Komentar yang muncul menjadi salah satu ketertarikan penulis untuk merekam dan meneliti fenomena-fenomena kebahasaannya pada setiap interaksi dan mengidentifikasikan hal tersebut berdasarkan sudut pandang atau teori yang akan digunakan. Komentar-komentar pada satu akun *Instagram* (selanjutnya ditulis IG) bernama **@kailijumei** menjadi sorotan penulis untuk diteliti lebih lanjut, karena banyak memunculkan makna serta berbagai macam wacana yang dikemukakan oleh para pengguna -dalam konteks ini, yaitu para pengguna *Instagram*, dengan berbagai macam bentuk dan fungsinya. Sebagai informasi ringkas, akun IG **@kailijumei** ini merupakan akun *product brand* Lipstik internasional yang pengikutnya (*Follower*) mencapai 56.900 akun IG.

Oleh karena itu, penulis sebagai mahasiswa Sekolah Pascasarjana Universitas Pendidikan Indonesia (SPs UPI) program studi Linguistik tertarik untuk meneliti interaksi-interaksi yang muncul pada satu akun IG **@kailijumei** dari ranah makna interpersonal dengan menggunakan pendekatan teori *Appraisal*. Interaksi-interaksi yang diteliti oleh penulis adalah kumpulan interaksi berupa

komentar, khususnya pada 20 komentar terakhir dari total 208 komentar yang diambil dalam satu waktu dan momen tertentu, yaitu pada satu *postingan* produk lipstik *Dream Purple* milik IG @*kailijumei* yang diterbitkan pada tanggal 17 September 2016 melalui akunnya.

Dengan menggunakan pendekatan teori *Appraisal*, penulis berharap dapat mengetahui dan mengidentifikasi sikap interaksi yang muncul dalam situs forum IG @*kailijumei*. Teori *Appraisal* adalah pengembangan teori *Systemic Functional Grammar* pada ranah makna interpersonal, dimana teks atau sebuah percakapan dapat dianalisis dengan mengidentifikasi maksud “*meaning*” atau pesan “*message*” yang hendak ingin disampaikan penulis atau penutur. Teori *Appraisal* ini juga merupakan alat analisis dalam lingkup analisis wacana yang menekankan pada negosiasi sikap dalam teks -dalam konteks penelitian ini, yaitu dalam interaksi-interaksi antar *follower* @*kailijumei* dengan tiga ranah utama, yaitu (1) *Attitude*, (2) *Graduation*, (3) *Engagement*. Namun dalam penelitian ini, penulis hanya membatasi objek penelitian pada aspek *Attitude*. Sebagai gambaran ringkas, *Attitude* adalah evaluasi terhadap benda/nilai suatu barang (*Appreciation*), karakter orang (*Judgement*) dan perasaan (*Affect*). Ketika seseorang mengagumi sesuatu, maka hal tersebut dapat diidentifikasi sebagai *Attitude*. Sebagai contoh muncul dalam akun IG @*kailijumei* salah satu interaksi dari pengikutnya berkomentar:

*elephanteyez @dfa1993*: baaaaabe i want it pls ☺

Dengan melihat fenomena tersebut, penelitian yang dilakukan oleh penulis akan diarahkan untuk mengidentifikasi bentuk klausa atau frasa yang menunjukkan adanya evaluasi terhadap ketiga perangkat yang telah dikemukakan sebelumnya. Adapun secara rinci terkait teori *Appraisal* ini akan dibahas pada bab Tinjauan Pustaka.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian yang akan dilakukan oleh penulis bertujuan untuk mengidentifikasi bentuk-bentuk *Attitude* yang muncul dalam komentar pengguna lipstick *dream purple*. Penelitian ini menggunakan teori **J.R Martin** dan **P.R.R. White** mengenai *System of Appraisal*, yaitu subbagian dari analisis wacana.

## 2. Tinjauan Pustaka

Dalam bukunya ‘*An introduction to systemic functional linguistics*’, Suzanne Eggins mengemukakan bahwa bahasa merupakan sesuatu yang sangat mendasar yang selalu digunakan oleh orang-orang dalam kehidupan sehari-hari. Contohnya seperti, berbicara dengan anggota keluarga, membaca artikel, mencari informasi di internet, berbicara dalam rapat, mengirim dan membaca surat elektronik, membuat janji, menyanyi dan menulis tugas. Semua aktivitas yang dilakukan tersebut tidak lepas dari penggunaan bahasa (Eggins, 2004:2)

Dalam kegiatan yang disebutkan oleh Eggins diatas dapat disimpulkan bahwa bentuk bahasa tidak hanya dapat realisasikan dalam bentuk lisan tetapi juga tulisan. Eggins (2004: 3) membagi empat teori dasar mengenai bahasa, yaitu :

1. *That Language use is functional.*
2. *That its function to make meaning.*
3. *That these meanings are influenced by the social and cultural context in which they are exchanged.*
4. *That the process of using language is semiotic process, a process of making meaning by choosing.*

Dari teori diatas dapat disimpulkan bahwa yang pertama, penggunaan bahasa adalah sebuah fungsi. Kedua, fungsi tersebut memiliki tujuan dan makna. Ketiga, makna tersebut dipengaruhi oleh konteks sosial dan budaya tertentu dan yang ke empat, proses tersebut disebut proses semiotik yaitu proses yang terjadi karena pemilihan bahasa itu sendiri.

Sehingga dalam penelitian bahasa khususnya mengenai bentuk bahasa lisan dan tulisan diperlukan aturan yang sangat jelas dan tepat. Salah satunya dengan pendekatan analisis wacana.

### **Analisis Wacana**

Analisis wacana merupakan salah satu cabang linguistik yang mengkaji penggunaan bahasa oleh para penggunanya yang fokus terhadap fungsi dan penggunaan bahasa tersebut.

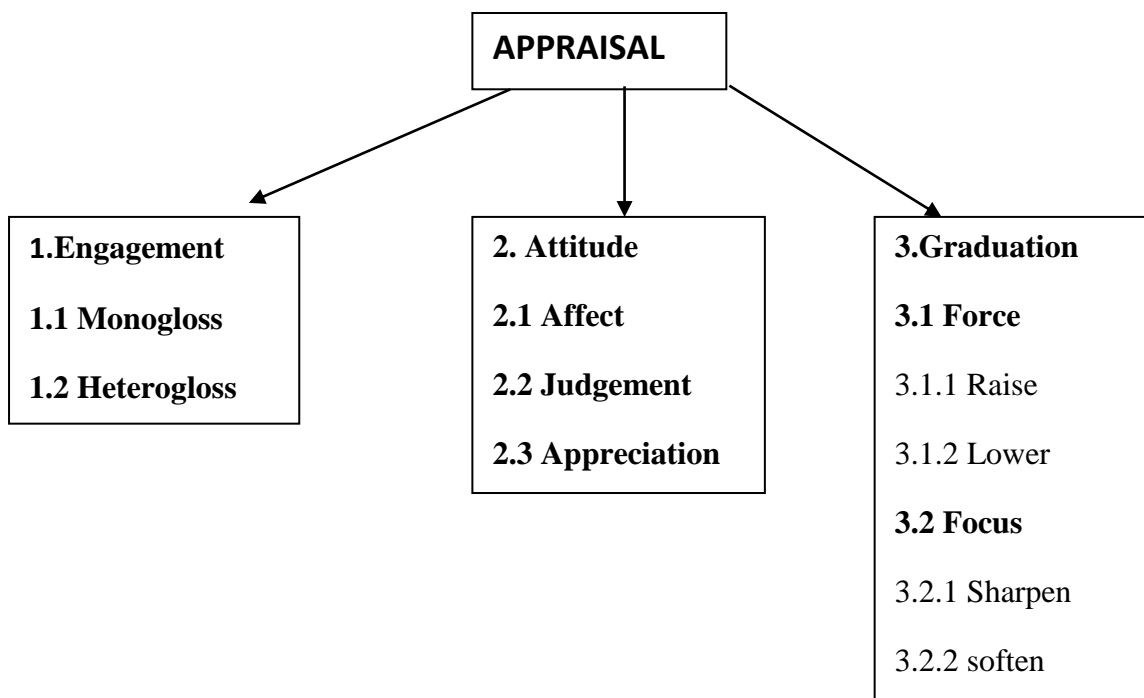
*“it is the branch of applied linguistics dealing with the examination of discourse attempts to find patterns in communicative products as well as their correlation with the circumstances in which they occur, which are not explainable at the grammatical level.”*

Dengan kata lain, analisis wacana merupakan kajian linguistik terapan yang mengkaji produk komunikasi dan korelasi yang terjadi pada sebuah penggunaan bahasa yang tidak bisa dikasi lebih dalam pada level gramatik tertentu (Carter, 1993:23). Pada penelitian ini penulis menggunakan pendekatan analisis wacana yang mengacu pada teori evaluasi bahasa (*Appraisal Theory*) yang dikembangkan oleh **Martin** dan **White**.

### **Appraisal Theory**

*Appraisal theory* merupakan teori yang dikembangkan oleh Martin dan white dalam meneliti sebuah penggunaan bahasa. Martin dan White (2005) membagi aspek *appraisal* dalam tiga bagian, yaitu:

1. *Attitude*, mengacu terhadap ekspresi negatif atau positif pembaca atau pendengar terhadap penulis.
2. *Engagement*, mengacu terhadap klausa atau jenis klausa yang menunjukkan keterkaitan penulis dan pembaca atau pembicara dan pendengar.
3. *Graduation* mengacu terhadap pergeseran suatu makna yang diungkapkan oleh pembaca atau pendengar yang ditandai adanya penggunaan tekanan khusus terhadap suatu prasa. Contohnya, penggunaan *a bit* pada kata *difficult* yang membuat makna yang berbeda.



#### ***Attitude, Affect, Judgement dan Appreciation***

*Attitude*, seperti yang telah dijelaskan diatas, merupakan suatu bentuk sikap positif dan negatif terhadap penulis atau pembicara oleh pembaca atau pendengar. *Attitude* sendiri dibagi ke dalam tiga bagian, yaitu

1. *Affect* is concerned with registering positive and negative feelings: do we feel happy or sad, confident or anxious, interested or bored?(Martin and white, 2004:42). Dapat diartikan bahwa *affect* merupakan respon emosi yang ditunjukkan dengan bentuk verba. Contohnya dalam bahasa Inggris seperti, *love, like, hate* and *adore*. Dan dalam bentuk adjective seperti *happy* dan *sad*.

2. *Judgement* deals with attitudes towards behaviour, which we admire or criticise, praise or condemn (Martin and White, 2004 :42). Yang dapat

diartikan bahwa judgement merupakan sebuah tanggapan yang evaluatif terhadap penulis atau pembicara.

**3. *Appreciation*** involves evaluations of semiotic and natural phenomena, according to the ways in which they are valued or not in a given field (Martin and White, 2004:43). Dapat disimpulkan bahwa *appreciation* mengacu terhadap penilaian atau digunakan dalam menyikapi terhadap suatu benda atau produk tertentu.

### 3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik analisis deskriptif. Metode Penelitian Kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang ilmiah, analisis data bersifat induktif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiyono, 2007:1). Dengan demikian, penelitian ini harus memberikan gambaran analisis serta penjelasan secara terperinci terkait objek penelitian yang akan diteliti.

### 4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

#### *Affect*

Seperti yang telah dijelaskan pada Tinjauan Pustaka, bahwa *Affect* merupakan sub-sistem dari *Attitude* yang mengacu pada perasaan atau sikap pembaca atau pendengar terhadap penulis atau pembicara. Pada pembahasan ini, penulis akan mengidentifikasi *Affect* pada komentar IG @kailijumei berdasarkan *positive* dan *negative affect*, baik secara langsung maupun tidak langsung.

[Data 1] Claudianggraini @rahmabp cute parah

Dari data di atas dapat dianalisis, bahwa bentuk komentar yang ditulis oleh pemilik akun IG tersebut menunjukkan *affect* positif yang ditandai dengan kata *cute* yang artinya “lucu”. *Cute* merupakan sebuah kata yang memiliki makna positif yang mengacu pada rasa suka terhadap sesuatu secara tidak langsung. Dalam hal ini berkaitan dengan produk lipstick @kailijumei.

Komentar dengan bentuk *affect* positif dapat ditemukan juga oleh penulis pada data lainnya seperti pada data;

[Data 2] elisa\_pizza\_ Received mine today!! I love it !!! i received mine much Quicker than i expected, i think about 2 weeks!

[Data 3] Putrirakhmahwaty\_ lucuuu banget, sekalian cek ignya deh @silvitrrwhyn@dwikumbarani

Data 2 dan Data 3 menunjukkan bentuk *affect* positif terhadap produk lipstik @kailijumei yang identik dengan data 1. Pada data 2, bentuk *affect* positif itu ditunjukkan dengan kemunculan kata *love* yang dalam konteks kalimat tersebut memiliki arti “menyukai/mencintai” dimana rasa suka yang diungkapkan oleh pemilik akun IG tersebut mengacu pada produk lipstik tersebut yang diungkapkan secara langsung. Pada Data 3, penulis menemukan bentuk *affect* positif yang sangat identik dengan data 1 yang menunjukkan makna positif dan rasa suka terhadap produk lipstik tersebut yang diungkapkan secara tidak langsung. Perbedaannya hanya terletak pada ungkapan yang ditulis menggunakan bahasa Indonesia.

[Data 4] *Elephanteyez @dfa1993 baaaaabe i want it please*

Pada data di atas *affect* positif dapat disimpulkan pada verba *want* yang ditulis oleh pemilik akun *elephanteyez* pada kalimat “*baaaaabe i want it please*”. Kalimat tersebut mengacu pada keinginan pemilik akun tersebut untuk memiliki lipstik *deep purple* yang dimuat pada IG *kailijumei* karena dalam bahasa Indonesia kata “want” memiliki arti “ingin”.

Penulis pun menemukan bentuk *affect* lainnya secara implisit, seperti pada data berikut;

[Data 5] *cndyhuynhh @lebrndy found it*

Pada data di atas dapat dianalisis bahwa *affect* yang implisit ini ditandai dengan verba “found”. Kata *found* memiliki arti menemukan. Dalam klausa *found it* yang ditulis oleh pemilik akun *cndyhuynhh* mengindikasikan pada perasaan senang karena menemukan benda yang diinginkan oleh *cndyhuynhh*.

Selain itu, penulis menemukan satu interaksi dua arah antar sesama pengguna IG dan *follower* IG @kailijumei yang menunjukkan bentuk *affect* positif sebagai berikut:

[Data 6] *yan10282001 @rachelrosac i want this!!!*

[Data 7] *Rachelrosac @yan10282001 soooooo pretty!!*

Seperti halnya data 4, data 5 diatas menunjukan bentuk *affect* positif yang secara langsung mengacu terhadap perasaan suka yang diwakili dengan kata “*I want this!!!*” yang dalam bahasa Indonesia berarti “*saya ingin lipstik ini*” yang menunjukan ekspresi positif terhadap lipstik tersebut yang diwakili dengan kata “*want*” yang menunjukan keinginan untuk memiliki. Kemudian, kalimat tersebut direspon secara positif oleh pengguna akun *Rachelrosac*, dengan menuliskan



komentar “soooooo pretty!!”. Kata *pretty* yang dalam bahasa indonesia berarti “cantik” mengindikasikan ekspresi positif terhadap produk lipstick *kailijumei*.

[Data 8]        *raudymaghfira2 @vivirahmawati lipstick terunyu sedunia sumpahh*

[Data 9]        *vivirahmawati Weeeeeey, Lucu betz @raudyamaghfira2*

Interaksi diatas menunjukkan ungkapan-ungkapan dalam bentuk *affect* positif, pada kata “terunyu” yang di tulis oleh akun *raudymaghfira2*. Kata “terunyu” mempunyai makna yang berarti yang paling lucu/imut. Ungkapan tersebut mendapatkan reaksi yang sama pada pengguna akun *vivirahmawati* yang menulis kata “lucu”, yang mengindikasikan ekspresi yang sama terhadap produk lipstick tersebut.

[Data 10]        *Indahwidi\_ @dewi\_dewira @wulanfatnanta*

[Data 11]        *Dewi\_dewira opo ndut ojo ngomong kowe ngajak online  
tuku kui @indahwidi*

[Data 12]        *Indahwidi\_ hahahahaha aku gur ngandani kui apik (smiley)  
@dewi\_dewira*

[Data 13]        *Dewi\_dewira Koyo ngunu apik...apik ki nek enek gambare  
iwak opo kucing nen jero @indahwidi\_*

Data di atas merupakan data yang berbentuk interaksi dua arah antara penulis komentar di iklan IG lipstick *kailijumei*. Pada konteks di atas pemilik akun *indahwidi\_* memanggil dua pengguna lainnya dengan menuliskan nama akun yang bersangkutan di kolom komentar *Indahwidi\_ @dewi\_dewira @wulanfatnanta*. Panggilan tersebut direspon dengan komentar dari pengguna akun *dewi\_dewira*, dengan memberikan komentar menggunakan bahasa jawa *opo ndut ojo ngomong kowe ngajak online tuku kui* yang dalam bahasa Indonesia artinya “apa ndut jangan bilang kamu ngajakin *online* buat beli itu” kata itu dalam komentar pengguna akun *dewi\_dewira* mengacu terhadap lipstick yang diiklankan oleh *kailijumei*. Lalu pemilik akun *indahwidi\_* membalas dengan bahasa jawa “hahahahaha aku gur ngandani kui apik” yang dalam bahasa indonesia artinya “Aku cuman pengen kasih tau kalo itu bagus”. Ekspresi kalimat tersebut mengacu terhadap *affect* positif yang ditandai dengan kata “apik” yang dalam bahasa indonesia artinya “bagus” dan kalimat tersebut secara tersurat menggambarkan kesukaan terhadap produk lipstick tersebut. Tetapi secara kontras respon yang diberikan oleh pemilik akun *dewi\_dewira* yang menulis “Koyo ngunu apik...apik



ki nek enek gambare iwak opo kucing nen jero” yang dalam bahasa indonesia artinya “ kaya gitu bagus... bagus itu kalau gambarnya ikan atau kucing didalamnya” ekspresi negatif tersirat dalam kalimat “...bagus itu kalau gambarnya ikan atau kucing...” menunjukkan ketidaksukaan pemilik akun *dewi\_dewira* terhadap produk tersebut.

### **Judgement**

*Judgement* seperti yang telah dibahas merupakan tanggapan evaluatif yang dibuat oleh pembaca atau pendengar terhadap penulis atau pembicara. Dari data yang dikumpulkan oleh penulis, dapat dianalisis beberapa data yang bersifat *judgement*.

[Data 14] Shadaalamoudi @sargrace13 looks preety but what dose it do? Gives yoou a flower paterned lips?

[Data 15] Sargrace13@ shadaalamoudi Looool

Seperti data *affect* sebelumnya dimana ada data yang saling berhubungan sebagai pola interaksi komentar antara pengguna akun instagram yang membuat komentar terhadap postingan iklan kailijumei, ditemukan pula pola yang sama pada *judgement*. Dari data 14 dan 15, dapat kita simpulkan beberapa ekspresi *judgement* yang terealisasi dari pola interaksi tersebut. Pemilik akun Shadaalamoudi menuliskan “looks preety but what does it do? Gives yoou a flower paterned lips?” yang dalam bahasa indonesia memiliki arti “ kelihatan bagus tapi apa yang bisa dilakukan oleh lipstick itu? Membuat pola bunga di bibir?”. Dari pernyataan itu dapat dilihat ada pola *judgement* pada kata “gives you a flower paterned lips?” penulis melakukan penilaian tersirat dengan pola *interogative* terhadap lipstick tersebut. Pada data 15 pemilik akun *sargrace13* merespon dengan menulis “loool” yang secara semiotik mengacu terhadap ekspresi tawa. Secara tidak langsung ekspresi tersebut seperti meneytujui pernyataan sebelumnya.

[Data 16] Mal\_wingostarrjewelry What is in these? Chemicals ? are they cruelty free ?

Hal serupa juga berlaku terhadap data 16 diatas. Pola *judgement* yang diwakili dengan pola pertanyaan terjadi di ekspresi penulis yang memakai akun *Mal\_wingostarrjewelry*. Pemilik akun tersebut menuliskan “What is in these? Chemicals ? are they cruelty free ?”. Respon tersebut merepresentasikan ketidakpercayaan terhadap bahan pembuat lipstick tersebut. Jika diartikan ke dalam

bahasa indonesia kalimat tersebut berarti “*apa yang didalam lipstick ini?’ kimia? Apa lipstick tersebut bebas bahaya?’*”

### ***Appreciation***

Appreciation seperti yang sudah dijelaskan pada tinjauan pustaka merupakan sebuah penilaian dan tanggapan pada suatu benda atau produk tertentu. Peneliti menemukan bentuk *appreciation* pada komentar terhadap produk lipstick kailijumei.

[Data 17] Denisee\_mariaa @lisakang72 i ordered this for you and grandma

Dari data diatas dapat dianalisis bahwa pemilik akun IG *Denisee\_mariaa* secara implisit memberikan apresiasinya terhadap produk lipstick *Kailijumei*. Dengan memesan (*to order*) produk lipstick *Kailijumei* untuk rekannya dengan akun IG *lisakang72* dan ibunya, hal itu menunjukkan bahwa pemilik akun IG *Denisee\_mariaa* sangat mempercayai bahwa produk ini bagus dan cocok bagi rekannya tersebut. Hal itu dapat diamati dengan jelas pada konteks kalimat “*i ordered this*” yang memiliki arti “saya memesan ini (produk lipstick Kailijumei)”. Berdasarkan makna tekstual, apresiasi ini muncul secara implisit, namun muncul secara eksplisit jika diamati dari segi makna kontekstual dan pragmatiknya.

Hal yang sama ditunjukkan pada data dibawah ini;

[Data 18] *pearlin\_hairmakeupartist yay for the code! Just ordered mine using itthank you! So excited to get it in the email*

Pada data 17 dapat dianalisis bahwa data tersebut hampir memiliki pola yang sama seperti pola pada data 16 terdapat kata *ordered* pada kalimat “*Just ordered mine using it*”. Seperti yang dijelaskan sebelumnya, kata *ordered* memiliki arti memesan pada bahasa indonesia. Hal ini mengindikasikan apresiasi secara implisit pada komentar pemilik akun *pearlin\_hairmakeupartist*. Dalam data di atas pula dapat kita lihat *affect* yang terlihat dari kata *excited* pada kalimat “*So excited to get it in the email*” yang artinya “tertarik”.

Bentuk *Appreciation* lainnya ditemukan juga pada data dibawah ini;

[Data 19] Visforfagabond @peachypotion this is so you

[Data 20] Missuslala @soeunyiii i feel like you would like something like this

Pada data 19 dan 20 diatas memiliki pola yang sama terhadap aspek *appreciation*. Kedua akun di atas, Visforfagabond dan missuslala memberikan apresiasinya

terhadap produk lipstick kailijumei secara implisit dengan merepresentasikan produk ini layak untuk dimiliki rekannya. Kalimat “*this is so you*” pada data 19 dan “*you would like something like this*” pada data 20 mengindikasikan layaknya produk lipstick tersebut sebagai barang yang harus dimiliki.

## 5. Simpulan

Dari hasil penelitian yang penulis lakukan terhadap 20 komentar pada akun IG @kailijumei berdasarkan teori Martin dan White dapat disimpulkan bahwa data yang diteliti menggambarkan seutuhnya pembentukan *Attitude* pada setiap komentar yang dituliskan oleh pengguna IG. Selain itu, dari berbagai macam bentuk *Attitude* yang muncul pada komentar-komentar tersebut memiliki kecenderungan menggunakan salah satu dari ketiga aspek dalam bentuk *Attitude*, yaitu aspek *Affect* dengan kata-kata seperti “lucu”, “terunyu”, “love”. Adapun aspek lain dalam bentuk *Attitude* yaitu aspek *Judgement* dan *Appreciation*.

## 6. Daftar Pustaka

- Carter, R. 1993. *Introducing applied linguistics*. Harlow: Penguin
- Eggins, Suzanne. 2004. *An Introduction to Systemic Functional Linguistics 2<sup>nd</sup> edition*. New York: Continuum International Publishing group.
- Martin, J.R. & White P.R.R. 2005. *The Language of Evaluation: Appraisal in English*: Palgrave Macmillan.
- Sugiyono . 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*: Bandung: Alfabeta